MVDA *Positionspapier*

Freigabe von Cannabis – Executive Summary



MVDA
Von Apothekern. Für Apotheker.

EINLEITUNG

Der Marketing Verein Deutscher Apotheker e. V. (MVDA) zählt mehr als 1.000 Mitgliedsapotheken. Der MVDA ist Hauptaktionär der LINDA AG und nach dem Deutschen Apothekerverband e. V. (DAV) die bundesweit zweitgrößte Apothekenorganisation. Damit ist der MVDA mit seiner deutschlandweit vertretenen Qualitätsdachmarke „LINDA Apotheken" dafür prädestiniert, neue Versorgungskonzepte sowohl regional als auch flächendeckend umzusetzen.

Aus dieser Position heraus sehen sich der MVDA und seine Mitgliedsapotheken auch in der aktuellen Diskussion um die Freigabe von sogenanntem „Genuss-Cannabis" zu einer Stellungnahme verpflichtet. Uns treibt die Befürchtung, dass hier vor dem Hintergrund politischer Opportunität Entscheidungen getroffen werden, die einer sicheren Versorgung etwaiger Konsumenten mit dann legalen Cannabis-Produkten zuwiderlaufen. Diese Überzeugung bildet die Grundlage der nachfolgenden Positionen:

ZENTRALE MVDA/LINDA-POSITIONEN ZUR GEPLANTEN CANNABIS-LEGALISIERUNG ZU GENUSSZWECKEN

Sicherstellung einer qualitätskontrollierten Abgabe aus Apotheken

> Die bereits in Apotheken zuverlässig funktionierenden Lieferketten und deren Kontrollmechanismen zur Sicherstellung einer bedarfsadäquaten Qualität bis zur Abgabe können aus der Versorgung mit Medizinalcannabis leicht adaptiert werden.

> Weiterentwicklung des bewährten und sicheren Versorgungssystems und Anpassung (im Sinne von Vereinfachung) der Vorschriften zur Abgabe von Cannabis zu Genusszwecken nach deutschem Recht und deutschen Standards ohne Risiko einer unkontrollierten Marktüberschwemmung durch Cannabis ungeklärter Herkunft mit möglicherweise gesundheitsgefährdenden Zusammensetzungen oder Dosierungen.

Niederschwelliger Zugang mit hoher Beratungskompetenz für alle Bürger

> Die Bevölkerung assoziiert Apotheke grundsätzlich mit Gesundheitskompetenz. Die Akzeptanz und Wertschätzung der Beratung sind hier unvergleichlich hoch.

> Das Distributions- und Beratungsnetzwerk „Apotheke" ist bereits deutschlandweit vorhanden. Eine einheitliche, qualifizierte Beratung bei der Abgabe von „Genuss-Cannabis" ist somit über die Apothekerkammern in kürzester Zeit umsetzbar.



Vorteile der Beschränkung der Abgabe auf Apotheken für den Gesetzgeber

- In Anbetracht einer „gespaltenen Gesellschaft" beim Thema „Freigabe von Cannabis" bietet sich hier eine elegante Lösung zur Überwindung des Akzeptanzproblems durch die Begrenzung auf Apotheken und die von ihnen betriebenen, dafür geeigneten Räumlichkeiten als Abgabestellen im kontrollierten Raum der Gesellschaft.
- Es besteht die Möglichkeit des „sowohl als auch" durch eine verpflichtende Abgabeberatung zu Drogenrisiken analog zur Pflichtaufklärung bei der Abgabe der „Pille danach".
- Gerade zu Beginn werden eine begleitende Datenerhebung und Dokumentation interessant und wichtig für die Evaluation sein. Dies können Apotheken per se leisten, da dies zu ihren standardisierten Alltagsmaßnahmen zählt. Eine Beurteilung, wie alternative Abgabekanäle dies handhaben könnten, bleibt an dieser Stelle der persönlichen Einschätzung und Spekulation überlassen.

Eckpunkte für die Abgabe in Apotheken

- Bereitstellung entsprechend vorgeprüfter Ware in den Räumen der Apotheke oder dazu bereitgestellter zusätzlicher Räumlichkeiten
- Regelmäßige, mindestens 1x jährliche Zertifikatsschulung zur Analytik, Abgabe, Beratung und möglichen Nebenwirkungen von regelmäßigem Drogenkonsum allgemein, organisiert durch die Apothekerkammern oder weiteren zertifizierten Institutionen für alle Mitarbeiter*innen
- Abgabe unter Verantwortung einer/s Apothekers/in
- Abgabe nur durch pharmazeutisches Personal oder speziell geschultes Personal
- Mögliche verpflichtende Beratung bei jeder Abgabe analog der Pflichtberatung bei der Abgabe der „Pille danach" und Dokumentation für die Evaluation

SCHLUSSBEMERKUNG

Die Freigabe von Cannabis zu Genusszwecken ist eine gesellschaftliche Entscheidung, die polarisiert. Hier können die Apotheken einen Beitrag zur Entschärfung eines Konfliktes leisten. Dabei ist der Fokus auf vorurteilsfreie und entkriminalisierende Abgabe, Beratung und Kontrolle entscheidend.

Wir warnen jedoch davor, Apotheken in den Wettbewerb mit „Coffee-Shop-Ketten" nach niederländischem Vorbild, bisher kriminellen Vertriebswegen oder anderen schnell entstehenden Strukturen zu stellen, denn hier ist die Gewinnmaximierung wahrscheinlich die einzige Triebfeder mit entsprechender Angebotsstruktur. Wir sehen aus Gründen des Gesundheitsschutzes der Bevölkerung eine Apothekenpflicht auch EU-rechtlich für vertretbar und die Krankenkassen in dieser Frage an unserer Seite.

Konfrontiert mit einem Wettbewerb über alternative Vertriebswege dürften sich Apotheken schnell komplett aus der Versorgung mit Genuss-Cannabis zurückziehen oder sich den dann geltenden Minimalvorschriften anpassen. Dies ist aus unserer Sicht nicht im Sinne des Gesundheitswesens.

- **Herausgeber:**
  MVDA e. V.
  Marketing Verein Deutscher Apotheker
  Emil-Hoffmann-Straße 1a
  50996 Köln
  e info@mvda.de
- **Verantwortlich:**
  Für den geschäftsführenden Vorstand des MVDA e. V.:
  Gabriela Hame-Fischer, Präsidentin
  Dirk Vongehr, Vize-Präsident
  Für den Arbeitskreis Gesundheitspolitik:
  Daniela Kolb, Arbeitskreisvorsitzende
- **Ansprechpartner Presse:**
  Vanessa Tscholl
  Leitung Marketing und Kommunikation
  e tscholl@mvda.de

MVDA
Von Apothekern. Für Apotheker.

MVDA

Von Apothekern. Für Apotheker.

MVDA e. V.
Marketing Verein Deutscher Apotheker
Emil-Hoffmann-Straße 1 a
50996 Köln
t 0 22 36 . 84 87 8 - 0
e info@mvda.de > **mvda.de**

06.2022

ÜBER MVDA UND LINDA

MVDA – erfahrenste und marktstärkste Kooperation inhabergeführter Apotheken Deutschlands

Der Marketing Verein Deutscher Apotheker e. V. (MVDA) zählt rund 850 Apothekeninhaber*innen als Mitglieder. Zuzüglich der Filialbetriebe, die ebenfalls über den Verein organisiert sind, verfügt er über 1.000 Mitgliedsapotheken. Im Jahr 2019 feierte der MVDA sein 30-jähriges Bestehen und ist damit die **erfahrenste und marktstärkste Kooperation inhabergeführter Apotheken Deutschlands**.
Der MVDA ist selbstfinanziert, unabhängig von Fremdinteressen und handelt konsequent nach dem Prinzip „Von Apothekern. Für Apotheker.". So kümmert sich der Verein in apothekerlich besetzten Gremien darum, strategische, betriebswirtschaftliche und pharmazeutische Leistungen und Lösungen im kollegialen Erfahrungsaustausch zu entwickeln. Darüber hinaus manifestiert sich das Handlungscredo auch in den Strukturen der Wirtschaftsgesellschaft: Der MVDA ist Hauptaktionär der LINDA AG, Inhaber der Qualitätsdachmarke LINDA Apotheken, und ist durch die Entsendung von Präsident*in und Vize-Präsident*in in deren Aufsichtsrat maßgeblich vertreten. Unter Berücksichtigung der ethischen Grundsätze des Berufsstandes der Apotheker*innen setzt sich der MVDA für die wirtschaftliche Unabhängigkeit und den Fortbestand der Individualapotheke ein.

LINDA Apotheken bilden eine der größten und unabhängigen Apothekenkooperationen Europas

In konsequenter Weiterentwicklung des Apothekenmarktes haben die Mitgliedsapotheker*innen des MVDA im Jahr 2004 das **Qualitätsdachmarkenkonzept „LINDA Apotheken"** ins Leben gerufen. Seitdem entwickelten sich die LINDA Apotheken zur marktführenden stationären Apothekendachmarke Deutschlands.

Studien und Auszeichnungen belegen, dass die bundesweit mittlerweile rund 650 LINDA Apotheken fest im Bewusstsein der Bevölkerung verankert sind. Während der MVDA seinen Mitgliedern umfassende Unterstützung bei der gemeinsamen Bewältigung der beruflichen Herausforderungen bietet, geht das Konzept der LINDA Apotheken deutlich weiter: Es ist konkret auf die Bedürfnisse der Patient*innen und Verbraucher*innen ausgerichtet, was sich u. a. in einer intensiven und differenzierenden Kundenansprache unter dem gemeinsamen Markendach LINDA zeigt.

Insbesondere vor dem Hintergrund der **Herausforderungen der Digitalisierung** gewinnt die Arbeit der LINDA AG, im Zusammenwirken mit dem eigenen strategischen Partnernetzwerk, an Bedeutung: Gemeinsam mit unseren Partnern wird an der Etablierung einer intersektoralen Plattform u. a. zur Versorgung des eRezepts und an dem Angebot zeitgemäßer telemedizinischer Dienste gearbeitet. Die Marke LINDA wird mit ihrer Markenbekanntheit von ca. 60 Prozent in der Kernzielgruppe dabei lokal vor Ort eine wichtige Rolle einnehmen.

Abgerundet wird das zielgerichtete Engagement durch die Zusammenarbeit mit dem Lehrstuhl klinische Pharmazie der Universität Bonn, die Ausrichtung auf das pharmazeutische greenLINDA Konzept sowie die **Unterstützung von Nachhaltigkeitsprojekten** wie die Initiative „Zeichen setzen – Initiative klimaneutrale Apotheken Deutschlands" unseres Partners NOVENTI.

Der MVDA ist nach dem Deutschen Apothekerverband e. V. (DAV) die bundesweit zweitgrößte Apothekenorganisation. Damit ist der Verein mit seiner bundesweiten Apothekendachmarke LINDA dafür prädestiniert, neue Versorgungskonzepte sowohl regional als auch flächendeckend umzusetzen. LINDA Apotheker*innen orientieren sich dabei an den politischen und gesellschaftlichen Anforderungsprofilen. Für die Bevölkerung spielt in diesem Zusammenhang der erlebbare Ausbau pharmazeutischer Kompetenz und digitaler Angebote bei gleichzeitiger persönlicher **Nähe und Fürsorge sowie Flächendeckung** eine herausragende Rolle.

Summary

- ***Der MVDA ist mit 1.000 Mitgliedsapotheken Deutschlands erfahrenste und marktstärkste Kooperation inhaber*innen geführter Apotheken.***
- ***Der MVDA ist dem Prinzip „Von Apothekern. Für Apotheker." verpflichtet. Er handelt frei von Fremdinteressen und ist selbstfinanziert.***
- ***Der MVDA engagiert sich für den weiteren Ausbau einer nachhaltigen Versorgungsqualität. Schwerpunkte bilden dabei die pharmazeutische Betreuung sowie digitale Zukunfts- und flächendeckende Versorgungskonzepte.***
- ***Die LINDA AG betreibt das marktführende Qualitätsdachmarkenkonzept LINDA Apotheken. Als Hauptaktionär vertritt der MVDA die apothekerlichen Interessen bei deren konsequenter Weiterentwicklung.***
- ***Die Marke LINDA ist mit 650 Apotheken bundesweit nahezu flächendeckend vertreten, verfügt über eine Bekanntheit von rund 60 Prozent in der Kernzielgruppe, bietet verbraucherorientierte Qualitätsleistungen und steht im Markenversprechen für besondere persönliche Nähe und Fürsorge.***

MVDA
Von Apothekern. Für Apotheker.